

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP
KEPUASAN PELANGGAN
(Survey pada Peserta Askes Komersial PT. Askes Cabang Pontianak)**

Oleh : PARDI

Universitas Tanjungpura Pontianak

ABSTRACT

This research was conducted at Comercial *Askes* Member of PT. Askes Pontianak Branch. Objectives of the research is to: (1) describe service quality consisting of variables of profesionalism and skill, attitudes and behavior, accessibility and flexibility, reliability and trustworthiness, service recovery, reputation and credibility with customer satisfaction; (2) explain effect of service quality consisting of variables of profesionalism and skill, attitudes and behavior, accessibility and flexibility, reliability and trustworthiness, service recovery, reputation and credibility together toward customer satisfaction of Comercial *Askes*; and (3) explain effect of service quality consisting of variables of profesionalism and skill, attitudes and behavior, accessibility and flexibility, reliability and trustworthiness, service recovery, reputation and credibility partially toward customer satisfaction of Comercial *Askes*.

The method used is survey research method, which takes sample of all population member of Comercial *Askes*. The sample research takes as 100 people with proportional random sampling technique. Questionnaire used to collected primary data. Technique data analysis is using descriptive and infrensial statistical with multiple linear regression.

The result research showed that: (1) service quality given by PT. Askes of Pontianak Branch to customers is good enough; (2) The customers are enough satisfactory of the service from company; and (3) Partially, professionalism and skill, accessibility and flexibility, reliability and trustworthiness, service recovery with reputation and credibility would be significant effected toward variable of customers satisfaction, if one of the variable would be increased its implementation by assumption that other variable to be constant. It would give significant impact toward customer satisfaction, and the contrary of it.

The research give suggestion that PT. Askes of Pontianak Branch should be more paying attention of customer quality given to customers, especially in simplifying procedure of service, so it would not be complicated, increasing of criticism and discipline of staff in order of wrong level in service can be minimalized, giving more priority of member interest than personal interest, increasing responsibility of staff when there is problem, giving proper solution for every problem, like forgiving and explaining if there is wrongness, and using formal uniform with their identity for staff.

Keywords: service quality, customer satisfaction.

PENDAHULUAN

Era globalisasi dan pasar bebas saat ini ditandai dengan ciri persaingan yang ketat antar perusahaan baik secara domestik maupun secara internasional. Meningkatnya intensitas persaingan dan jumlah pesaing menuntut setiap perusahaan untuk selalu memperhatikan kebutuhan dan keinginan konsumen serta berusaha memenuhi apa yang mereka harapkan dengan cara memberikan kualitas yang melebihi pesaingnya. Hal ini dilakukan dalam upaya untuk memberikan kepuasan kepada pelanggan. Perhatian perusahaan saat ini tidak hanya terbatas pada produknya tetapi lebih menekankan pada aspek kualitas pelayanan (*service quality*) khususnya perusahaan jasa.

PT. Askes sebagai salah satu perusahaan jasa yang dibentuk pemerintah menghadapi tantangan persaingan dengan perusahaan jasa sejenis baik dari dalam negeri maupun luar negeri. Hal tersebut menuntut PT. Askes harus mampu memberikan kualitas pelayanan terbaik kepada pelanggan melebihi pesaingnya agar bisa mempertahankan dan mengembangkan jumlah konsumen atau pelanggannya.

Sebagai Badan Usaha Milik Negara (BUMN) yang dibentuk pemerintah PT. Askes berperan melaksanakan dan menunjang kebijakan pemerintah dan program pemerintah di bidang ekonomi dan pembangunan nasional pada umumnya, serta pembangunan di bidang asuransi khususnya asuransi kesehatan bagi PNS, Pensiunan Pegawai, Veteran, Perintis Kemerdekaan beserta

keluarganya dan peserta lainnya serta menjalankan jaminan pemeliharaan kesehatan dengan menerapkan prinsip-prinsip perseroan terbatas (Askes, 2004).

Pelaksanaan peran tersebut diwujudkan sebagai pelayanan publik yang ditugaskan oleh pemerintah dan juga berperan sebagai badan usaha pada umunya dengan prinsip mendapatkan keuntungan. Berdasarkan Peraturan Pemerintah No. 69 Tahun 1991 dan Peraturan Pemerintah No. 6 Tahun 1992, dimana kepesertaan program jaminan pemeliharaan bertambah luas yaitu mencakup PNS, TNI Polri dan Pensiunan PNS ditambah dengan Veteran dan Perintis Kemerdekaan beserta keluarganya, disamping itu PT. Askes (Persero) diijinkan untuk memperluas jangkauan kepesertaannya kepada pegawai badan usaha sebagai peserta Askes Komersial.

Menurut Peraturan Pemerintah tersebut di atas kepesertaan PT. Askes dapat dibedakan menjadi dua yaitu peserta Askes Sosial dan peserta Askes Komersial. PT. Askes bertanggung jawab untuk memberikan pelayanan jaminan kesehatan kepada para peserta Askes Sosial yaitu para Pegawai Negeri, TNI Polri, Pensiunan PNS, Veteran, Perintis Kemerdekaan beserta keluarganya. Sebagai badan usaha PT. Askes memberikan pelayanan jaminan pelayanan kesehatan kepada peserta Askes Komersial yang terdiri para pegawai badan usaha dengan meluncurkan berbagai jenis asuransi yang khusus diperuntukkan bagi pegawai badan usaha. Adapun jenis-jenis asuransi kesehatan yang khusus diperuntukkan bagi peserta Askes

Komersial yaitu Askes Diamond, Askes Platinum, Askes Gold, Askes Silver, Askes Blue dan Askes Alba.

PT. Askes sebagai badan usaha yang mengejar keuntungan dihadapkan pada persaingan di antara perusahaan asuransi jiwa lainnya seperti Asuransi Takaful, Prudential, Allianz yang juga menawarkan jenis produk asuransi kesehatan. Untuk dapat memenangkan persaingan PT. Askes harus mampu memberikan pelayanan yang terbaik kepada pesertanya dibandingkan pesaingnya.

PT. Askes telah berusaha memberikan pelayanan terbaik kepada pesertanya dengan mengacu pada budaya perusahaan yang dikembangkan yaitu integritas, pelayanan prima, kerjasama dan pembelajaran secara terus menerus. Dalam kenyataannya masih terdapat peserta yang mengajukan komplain atas pelayanan yang diberikan. Adanya fenomena tersebut mengindikasikan adanya ketidakpuasan pelanggan atas pelayanan yang diberikan perusahaan.

Penelitian ini bertujuan untuk: (1) mendeskripsikan kualitas pelayanan jasa yang terdiri variabel profesional dan terampil, sikap dan perilaku, mudah diakses dan fleksibel, kehandalan dan dapat dipercaya, pemulihan pelayanan, reputasi dan kredibilitas serta kepuasan pelanggan; (2) menjelaskan pengaruh dari kualitas pelayanan yang terdiri variabel profesional dan terampil, sikap dan perilaku, mudah diakses dan fleksibel, kehandalan dan dapat dipercaya, pemulihan pelayanan, reputasi dan kredibilitas secara bersama-sama terhadap kepuasan Peserta Askes

Komersial; dan (3) menjelaskan pengaruh dari kualitas pelayanan yang terdiri variabel profesional dan terampil, sikap dan perilaku, mudah diakses dan fleksibel, kehandalan dan dapat dipercaya, pemulihan pelayanan, reputasi dan kredibilitas secara parsial terhadap kepuasan peserta Askes Komersial.

TINJAUAN PUSTAKA

Pelayanan (*service*) tidak dapat dilepaskan dari kehidupan kita sehari-hari. Agar supaya dapat menemukan jasa yang tepat digunakan, tidak jarang seseorang mempertimbangkan dengan teliti jasa yang satu dengan jasa lainnya. Untuk dapat memahami lebih mengenai kualitas jasa atau pelayanan, seseorang perlu memahami terlebih dulu dan mengerti apa yang dimaksud dengan kualitas itu sendiri.

Banyak definisi yang dapat digunakan untuk menjelaskan kualitas dalam berbagai konteks. Pengertian kualitas diantaranya yang disampaikan oleh (Goetsch, 1994, yang dikutip oleh Yamit 2002) adalah : (1) Kualitas merupakan suatu kondisi dinamis yang berhubungan dengan produk jasa, manusia, proses dan lingkungan yang memenuhi atau melebihi harapan; dan (2) Kualitas sebagai suatu kecocokan dengan selera (*fitness for use*). (Juran, 1992, yang dikutip oleh Tjiptono 2004).

Dari berbagai definisi tersebut dapat diambil kesimpulan bahwa kualitas menekankan orientasi pada pemenuhan harapan pelanggan.

Sejak tahun 1980an, kualitas pelayanan atau jasa telah diketahui memiliki pengaruh terhadap profitabilitas dan dipandang sebagai

sisi penting dari persaingan. Dengan kualitas jasa pelayanan yang baik perusahaan dapat meraih profitabilitas melalui mekanisme menghasilkan penjualan berulang, umpan balik dari mulut ke mulut yang positif, kesetiaan pelanggan dan diferensiasi produk yang bersaing.

Berdasarkan penelusuran literatur, konsepsualisasi jasa mengalami perkembangan yang sangat pesat sejak tahun 1980. Zeithaml, Berry dan Parasuraman, (1990) dalam Yomit (2002) telah melakukan berbagai penelitian beberapa jenis jasa, dan berhasil mengidentifikasi lima variabel yang digunakan oleh para pelanggan dalam mengevaluasi kualitas pelayanan. Kelima variabel kualitas pelayanan tersebut adalah : (1) *Tangibles* (bukti langsung) yang meliputi fasilitas fisik, perlengkapan, pegawai, dan sarana penunjang pelayanan; (2) *Reliability* (keandalan) yakni meliputi kemampuan memberikan pelayanan yang dijanjikan dengan segera, akurat dan memuaskan; (3) *Responsiveness* (daya tanggap) yakni keinginan para staf untuk membantu para peserta dan memberikan pelayanan dengan tanggap; (4) *Assurance*/jaminan yakni mencakup pengetahuan, kemampuan dan sifat dapat dipercaya yang dimiliki para staf; bebas dari resiko atau keraguan; dan (5) *Empathy* (empati) yakni kemampuan untuk memberikan perhatian secara pribadi, komunikasi dan memahami kebutuhan para peserta.

Pendapat senada dikemukakan oleh Gronroos (1990) dalam Tjiptono (2005) yang membagi kualitas pelayanan dalam tiga dimensi yaitu

technical quality (output-related), *functional quality (process-related)* dan *image (image-related)*. Dari ketiga dimensi tersebut kemudian dijabarkan lagi dalam enam kriteria variabel kualitas jasa yang dipersepsikan baik, yakni : (1) *Professionalism and Skill (output-related)*; (2) *Attitudes and Behavior (process-related)*; (3) *Accessability and Flexibility (process-related)*; (4) *Reliability and Trustworthiness (process-related)*; (5) *Service Recovery (process-related)*; dan (6) *Reputation and Credibility (image-related)*.

Kepuasan pelanggan telah menjadi konsep sentral dalam teori dan praktik pemasaran, serta merupakan salah satu tujuan esensial bagi aktivitas bisnis. Anderson, (1994) dalam Tjiptono (2004) berpendapat bahwa kepuasan pelanggan berkontribusi pada sejumlah aspek krusial, seperti terciptanya loyalitas pelanggan, meningkatnya reputasi perusahaan, berkurangnya elastisitas harga, berkurangnya biaya transaksi masa depan, dan meningkatnya efisiensi dan produktivitas karyawan.

Berbeda dengan pendapat Fornell (1992) dalam Tjiptono (2004). Yang menyatakan bahwa kepuasan pelanggan juga dipandang sebagai salah satu indikator terbaik untuk meraih laba masa depan.

Howart & Sheth (1969) dalam Tjiptono (2004) mengungkapkan bahwa kepuasan pelanggan adalah situasi kognitif pembeli berkenaan dengan kesepadanan dan ketidaksepadanan antara hasil yang didapatkan dibandingkan dengan pengorbanan yang dilakukan. Swan

(1980) dalam Tjiptono (2004) mendefinisikan kepuasan pelanggan sebagai evaluasi secara sadar atau penilaian kognitif menyangkut apakah kinerja produk relatif bagus atau jelek atau apakah produk yang bersangkutan cocok atau tidak cocok dengan tujuan/pemakaiannya.

Engel (1990) dalam Tjiptono (2004) menyatakan bahwa kepuasan pelanggan merupakan evaluasi purnabeli di mana alternatif yang dipilih sekurang-kurangnya sama atau melampaui harapan pelanggan, sedangkan ketidakpuasan timbul apabila *outcome* hasil tidak memenuhi harapan. Menurut Mowen (1995) merumuskan kepuasan pelanggan sebagai sikap keseluruhan terhadap barang atau jasa setelah perolehan (*acquisition*) dan pemakaiannya.

Berdasarkan faktor-faktor yang membentuk kepuasan pelanggan tersebut, maka pelanggan dapat menilai sendiri kepuasan yang mereka terima dari barang atau jasa yang diterima, serta tingkat kepercayaan mereka terhadap kemampuan pemberi jasa.

Penelitian terdahulu tentang kepuasan pelanggan menyatakan bahwa secara empiris kepuasan pelanggan dipengaruhi oleh kinerja (kualitas pelayanan), yang sudah dibuktikan dengan pengujian melalui metode analisis Regresi Linear Berganda bahwa terdapat hasil yang signifikan antara kualitas pelayanan dengan kepuasan pelanggan.

Kualitas pelayanan memberikan suatu dorongan kepada pelanggan untuk menjalin ikatan hubungan yang kuat dengan perusahaan. Dalam jangka panjang ikatan tersebut memungkinkan

perusahaan untuk memahami dengan seksama harapan dan kebutuhan pelanggan. Dengan demikian perusahaan dapat meningkatkan kepuasan pelanggan yaitu dengan cara perusahaan memaksimalkan pengalaman pelanggan yang menyenangkan dan meminimumkan pengalaman pelanggan yang kurang menyenangkan.

HIPOTESIS

- 1) Ada pengaruh yang signifikan kualitas pelayanan yang meliputi variabel profesional dan terampil (X1), sikap dan perilaku (X2), mudah diakses dan fleksibel (X3), kehandalan dan dapat dipercaya (X4), pemulihan pelayanan (X5), reputasi dan kredibilitas (X6) terhadap kepuasan pelanggan secara simultan.
- 2) Ada pengaruh yang signifikan kualitas pelayanan yang meliputi variabel profesional dan terampil (X1), sikap dan perilaku (X2), mudah diakses dan fleksibel (X3), kehandalan dan dapat dipercaya (X4), pemulihan pelayanan (X5), reputasi dan kredibilitas (X6) terhadap kepuasan pelanggan secara parsial.

METODE PENELITIAN

Jenis penelitian ini termasuk dalam penelitian survei, yaitu penelitian yang mengambil sampel dari populasi dengan menggunakan kuesioner sebagai alat pengumpul data yang utama. Pada umumnya yang merupakan unit analisis dalam penelitian survei adalah individu. Sesuai dengan

tujuan penelitian yang ditetapkan, penelitian survei ini dilakukan dengan maksud memberi penjelasan (*explanatory atau confirmatory*) yaitu memberikan penjelasan terhadap hubungan antar variabel melalui penjelasan hipotesis (Singarimbun, 1995).

Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh peserta Askes Komersial yang terdaftar pada Kantor Cabang Kota Pontianak sebanyak 14.701 orang peserta yang terbagi dalam tiga jenis kepesertaan yaitu ASKES Silver sebanyak 3.775 orang peserta, ASKES Blue sebanyak 6.892 peserta, ASKES Alba sebanyak 4.034 orang peserta.

Pengukuran sampel menggunakan rumus Yamane (1967) dalam Rakhmat (2005) dengan presisi 10% hingga akhir dalam penelitian menggunakan 100 orang responden. Penelitian ini menggunakan *Proporsional Random Sampling*, yaitu teknik penentuan sampel berdasarkan proporsi tertentu dari populasi yang heterogen.

Penelitian ini menggunakan *Skala Likert* dalam bentuk skala interval, sehingga skala ordinal yang ada harus ditransformasi ke skala interval. Untuk mentransformasikan skala ordinal menjadi interval digunakan *methods of succesive interval (MSI)* dengan bantuan software SPSS. Pada penelitian ini menggunakan *Skala Likert* dengan interval penilaian 1 sampai 5 untuk jawaban responden. Responden diminta mengisi pernyataan dalam skala ordinal berbentuk verbal dengan jumlah kategori 5, nilai 5 untuk kategori yang sangat positif dan nilai 1 untuk kategori yang sangat negatif.

Penelitian ini menggunakan teknik analisis statistik deskriptif untuk menggambarkan data yang telah terkumpul berdasarkan jawaban responden melalui distribusi item dari masing-masing variabel dengan tujuan untuk mengetahui frekuensi, *mean* dan persentase dari jawaban responden. Analisis statistik inferensial digunakan untuk inteprestasi data dengan tujuan membuat keputusan (Sugiono, 2000). Analisis ini digunakan untuk menguji pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat. Teknik yang digunakan adalah analisa regresi linear berganda baik secara simultan maupun secara parsial.

HASIL PENELITIAN

Deskripsi Responden

Untuk melihat respon pelanggan terhadap kualitas pelayanan PT. Askes Cabang Pontianak maka dalam penelitian ini melibatkan 100 orang responden peserta askes komersial yang sekaligus pelanggan. Dari 100 orang responden yang diteliti dengan melalui penyebaran angket menunjukkan hasil bahwa berdasarkan jenis kelamin sebanyak 64% berjenis kelamin laki-laki, dan sebanyak 34% adalah perempuan. Berdasarkan tingkat pendidikan sebanyak 54% berpendidikan SLTA, 40% berpendidikan D3/Sarjana, 3% berpendidikan Pascasarjana, 2 % berpendidikan SD dan 1% berpendidikan SMP. Berdasarkan lamanya waktu menjadi peserta Askes Komersial dari 100 orang responden sebanyak 49% telah menjadi peserta antara 1-3 tahun, 28% responden telah menjadi peserta antara >3 – 6 tahun,

12% responden telah menjadi peserta >6 – 9 tahun, 6% responden telah menjadi peserta >9 – 12 tahun, dan sebanyak 5% responden telah menjadi peserta >12 -15 tahun.

Uji Validitas dan Reliabilitas

Pengujian instrumen penelitian apakah sudah mencerminkan konstruk seperti yang dimaksud dalam kerangka

teoritis dalam artian sudah tepat untuk mengukur yang diukur dilakukan dengan cara uji validitas. Cara pengujian validitas instrumen dapat dilakukan dengan mengkorelasikan skor tiap butir dengan skor total yang merupakan jumlah tiap skor butir. Instrumen dikatakan valid jika nilai $r > 0,3$ atau nilai $\text{sig} < 0,05$ (Sugiyono, 1999).

Tabel 1
Hasil Uji Validitas Instrumen Penelitian

Mudah di akses dan Fleksibel (X3)	X3.1	0,881	0,000	Valid
	X3.2	0,570	0,000	Valid
	X3.3	0,572	0,001	Valid
	X3.4	0,810	0,000	Valid
	X3.5	0,807	0,000	Valid
Kehandalan dan dapat dipercaya (X4)	X4.1	0,704	0,000	Valid
	X4.2	0,825	0,000	Valid
	X4.3	0,645	0,000	Valid
	X4.4	0,697	0,000	Valid
	X4.5	0,645	0,000	Valid
Pemulihan Pelayanan (X5)	X5.1	0,777	0,000	Valid
	X5.2	0,633	0,000	Valid
	X5.3	0,655	0,000	Valid
	X5.4	0,667	0,000	Valid
	X5.5	0,710	0,000	Valid
Reputasi dan Kredibilitas (X6)	X6.1	0,728	0,000	Valid
	X6.2	0,719	0,000	Valid
	X6.3	0,390	0,000	Valid
	X6.4	0,778	0,000	Valid
	X6.5	0,839	0,000	Valid
Kepuasan Pelangga (Y)	Y1	0,749	0,000	Valid
	Y2	0,772	0,000	Valid
	Y3	0,880	0,000	Valid
	Y4	0,874	0,000	Valid
	Y5	0,864	0,000	Valid

Sumber : Data Primer diolah (2010)

Berdasarkan hasil pengujian dengan menggunakan program SPSS di atas, menunjukkan bahwa signifikansi hasil korelasi seluruh item dengan variabelnya lebih kecil dari 0,05 (5%), dan nilai $r > 0,3$ sehingga dapat disimpulkan bahwa seluruh item yang diuji adalah valid.

Reliabilitas menunjukkan kesenjangan suatu alat ukur, yang

dimaksudkan untuk menunjukkan sejauh mana alat ukur tersebut dapat diandalkan atau dipercaya, sehingga hasil pengukurannya tetap konsisten apabila dilakukan berulang-ulang terhadap segala sesuatu yang sama dengan alat ukur yang sama. Hasil uji reliabilitas ditampilkan dalam tabel 2 di bawah ini.

Tabel 2
Hasil Uji Reliabilitas Instrumen Penelitian

Variabel	Alpa	Keterangan
Professional dan Terampil (X1)	0,848	Reliabel
Sikap dan Perilaku (X2)	0,777	Reliabel
Mudah di Akses dan Fleksibel (X3)	0,779	Reliabel
Kehandalan dan dapat dipercaya (X4)	0,740	Reliabel
Pemulihan Pelayanan (X5)	0,720	Reliabel
Reputasi dan Kredibiilitas (X6)	0,728	Reliabel
Kepuasan Pelanggan (Y)	0,885	Reliabel

Sumber : data Primer diolah (2010)

Hasil pengujian reliabilitas instrumen dengan menggunakan program SPSS di atas menunjukkan bahwa semua instrumen adalah reliabel, karena nilai alpha semua instrumen mempunyai nilai yang lebih besar dari 0,6 ($\alpha > 0,6$) dengan demikian ketujuh variabel yang diteliti adalah reliabel sehingga dapat digunakan untuk pengujian lebih lanjut.

Analisis regresi linear berganda dilakukan untuk membuktikan hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini yaitu untuk mengetahui pengaruh variabel-variabel profesional dan terampil (X1), sikap dan perilaku (X2),

mudah diakses dan fleksibel (X3), kehandalan dan dapat dipercaya (X4), pemulihan pelayanan (X5), reputasi dan kredibilitas terhadap kepuasan pelanggan (Y) baik secara simultan maupun parsial.

Dalam penelitian ini, untuk membuktikan hipotesis pertama yaitu kualitas pelayanan yang meliputi profesional dan terampil (X1), sikap dan perilaku (X2), mudah diakses dan fleksibel (X3), kehandalan dan dapat dipercaya (X4), pemulihan pelayanan (X5), reputasi dan kredibilitas terhadap kepuasan pelanggan (Y) secara simultan dilakukan uji F. dalam uji F

ini dilakukan untuk menguji pengaruh variabel bebas secara bersama-sama terhadap variabel terikat. Kriteria pengujian apabila nilai sig F < 0,05, maka secara simultan variabel bebas

berpengaruh signifikan terhadap variabel terikat, dan sebaliknya bila nilai sig F > 0,05 maka secara simultan variabel bebas tidak berpengaruh signifikan terhadap variabel terikatnya.

Tabel 3
Hasil Analisis Regresi Linear Berganda

No	Variabel bebas	b	t- hitung	Prob (sig t)	r parsial	r ² parsial	Keterangan
1	X1	0,258	2,388	0,019	0,240	0,057	Signifikan
2	X2	0,024	0,214	0,831	0,022	0,001	Tidak Signifikan
3	X3	0,272	2,350	0,021	0,237	0,056	Signifikan
4	X4	0,238	2,109	0,038	0,214	0,045	Signifikan
5	X5	0,259	2,008	0,048	0,204	0,041	Signifikan
6	X6	0,268	2,009	0,047	0,204	0,041	Signifikan
Konstanta : -2,443 R : 0,861 R Square : 0,741 Adjusted Square : 0,724 F hitung : 44,258 Sig F : 0,000							

Sumber : data primer diolah (2010)

Berdasarkan hasil perhitungan menunjukkan bahwa nilai Sig F < 5% (0,000 < 0,05) yang membuktikan bahwa ada pengaruh yang signifikan antara variabel kualitas pelayanan yang terdiri profesional dan terampil (X1), sikap dan perilaku (X2), mudah diakses dan fleksibel (X3), kehandalan dan dapat dipercaya (X4), pemulihan pelayanan (X5) dan reputasi dan kredibilitas (X6) terhadap variabel kepuasan pelanggan (Y) secara simultan.

Nilai R Square (R²) sebesar 0,741 (74,1%) nilai tersebut merupakan

pengaruh variabel bebas secara bersama-sama terhadap kepuasan pelanggan. Adapun sisanya sebesar 25,9% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa hipotesis pertama (H1) yang menyatakan ada pengaruh yang signifikan antara variabel kualitas pelayanan yang terdiri profesional dan terampil (X1), sikap dan perilaku (X2), mudah diakses dan fleksibel (X3), kehandalan dan dapat dipercaya (X4), pemulihan pelayanan (X5) dan reputasi dan kredibilitas (X6) terhadap variabel

kepuasan pelanggan (Y) secara simultan terbukti, H_a diterima.

Hipotesis kedua (H_2) yang menyatakan bahwa ada pengaruh yang signifikan antara variabel bebas kualitas pelayanan yang terdiri profesional dan terampil, sikap dan perilaku, mudah diakses dan fleksibel, kehandalan dan dapat dipercaya, pemulihan pelayanan dan reputasi dan kredibilitas terhadap kepuasan pelanggan secara parsial. Dasar pengambilan keputusan adalah dengan membandingkan nilai probabilitas dengan nilai α -nya. Jika $p < 0,05$ maka H_0 ditolak dan H_a diterima dan sebaliknya.

Hasil pengujian hipotesis kedua (H_2) secara parsial untuk masing-masing variabel bebas dapat dijelaskan sebagai berikut :

Pengaruh variabel profesional dan terampil (X1) terhadap kepuasan pelanggan (Y).

Hasil analisis regresi parsial variabel profesional dan terampil (X1) diketahui nilai $p < 5\%$ ($0,019 < 0,05$), sehingga dapat disimpulkan bahwa ada pengaruh yang signifikan antara variabel profesional dan terampil (X1) terhadap kepuasan pelanggan (Y), maka H_a diterima. Nilai koefisien regresi (B) variabel profesional dan terampil bernilai positif sebesar 0,258 yang berarti bahwa kenaikan satu satuan variabel profesional dan terampil ini mampu memberikan pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan pelanggan sebesar 0,258 dengan asumsi bahwa variabel-variabel lain dianggap konstan. Hasil analisis juga menjelaskan bahwa koefisien determinasi parsial (r^2)

variabel profesional dan terampil sebesar 0,057 yang berarti variabel ini memberikan kontribusi perubahan sebesar 5,7% terhadap kepuasan pelanggan.

Pengaruh variabel sikap dan perilaku terhadap kepuasan pelanggan

Hasil analisis regresi secara parsial variabel sikap dan perilaku (X2) diketahui nilai $p > 5\%$ ($0,831 > 0,05$), sehingga dapat disimpulkan bahwa tidak ada pengaruh yang signifikan antara variabel sikap dan perilaku (X2) terhadap kepuasan pelanggan (Y), maka H_0 diterima. Nilai koefisien regresi (B) variabel sikap dan perilaku bernilai positif sebesar 0,024 berarti kenaikan satu satuan variabel bebas sikap dan perilaku memberikan pengaruh yang tidak signifikan terhadap kepuasan pelanggan yaitu hanya sebesar 0,024 dengan asumsi variabel bebas lainnya konstan. Hasil analisis juga menjelaskan bahwa koefisien determinasi parsial (r^2) variabel sikap dan perilaku sebesar 0,000 yang berarti variabel ini tidak memberikan kontribusi perubahan terhadap kepuasan pelanggan.

Pengaruh variabel mudah di akses dan fleksibel (X3) terhadap kepuasan pelanggan (Y)

Hasil analisis regresi secara parsial variabel mudah diakses dan fleksibel (X3) diketahui nilai $p < 5\%$ ($0,021 < 0,05$), sehingga dapat disimpulkan bahwa ada pengaruh yang signifikan antara variabel mudah di akses dan fleksibel (X3) terhadap kepuasan pelanggan (Y), maka H_a diterima. Nilai koefisien regresi (B)

variabel mudah di akses dan fleksibel bernilai positif sebesar 0,272 berarti kenaikan satu-satuan variabel bebas mudah di akses dan fleksibel mampu memberikan pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan pelanggan sebesar 0,272 dengan asumsi variabel lainnya konstan.. Hasil analisis juga menjelaskan bahwa koefisien determinasi parsial (r^2) variabel mudah di akses dan fleksibel sebesar 0,056 yang berarti variabel ini memberikan kontribusi perubahan sebesar 5,6% terhadap kepuasan pelanggan.

Pengaruh variabel kehandalan dan dapat dipercaya (X4) terhadap kepuasan pelanggan (Y)

Hasil analisis regresi secara parsial variabel kehandalan dan dapat dipercaya (X4) diketahui nilai $p < 5\%$ ($0,038 < 0,05$), sehingga dapat disimpulkan bahwa ada pengaruh yang signifikan antara variabel kehandalan dan dapat dipercaya (X4) terhadap kepuasan pelanggan (Y), maka H_a diterima. Nilai koefisien regresi (B) variabel kehandalan dan dapat dipercaya bernilai positif sebesar 0,238 berarti kenaikan satu-satuan variabel kehandalan dan dapat dipercaya mampu memberikan pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan pelanggan sebesar 0,238 dengan asumsi variabel lainnya tetap. Hasil analisis juga menjelaskan bahwa koefisien determinasi parsial (r^2) variabel kehandalan dan dapat dipercaya sebesar 0,045 yang berarti variabel ini memberikan kontribusi perubahan sebesar 4,5% terhadap kepuasan pelanggan.

Pengaruh variabel pemulihan pelayanan (X5) terhadap kepuasan pelanggan (Y)

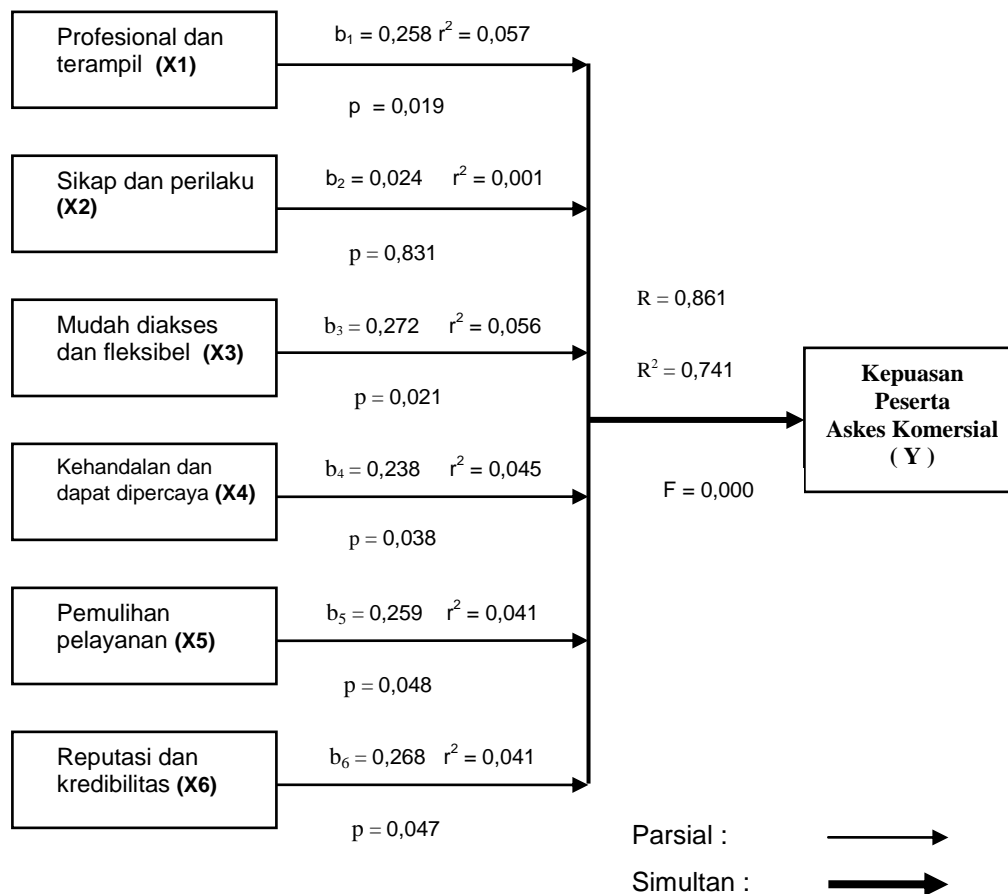
Hasil analisis regresi secara parsial variabel pemulihan pelayanan (X5) diketahui nilai $p < 5\%$ ($0,048 < 0,05$), sehingga dapat disimpulkan bahwa ada pengaruh yang signifikan antara variabel pemulihan pelayanan (X5) terhadap kepuasan pelanggan (Y), maka H_a diterima. Nilai koefisien regresi (B) variabel pemulihan pelayanan bernilai positif sebesar 0,259 berarti kenaikan satu-satuan variabel bebas pemulihan pelayanan memberikan pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan pelanggan sebesar 0,259 dengan asumsi variabel lainnya tetap. Hasil analisis juga menjelaskan bahwa koefisien determinasi parsial (r^2) variabel pemulihan pelayanan sebesar 0,041 yang berarti variabel ini memberikan kontribusi perubahan sebesar 4,1% terhadap kepuasan pelanggan.

Pengaruh variabel reputasi dan kredibilitas (X6) terhadap kepuasan pelanggan (Y)

Hasil analisis regresi secara parsial variabel reputasi dan kredibilitas (X6) diketahui nilai $p < 5\%$ ($0,047 < 0,05$), sehingga dapat disimpulkan bahwa ada pengaruh yang signifikan antara variabel reputasi dan kredibilitas (X6) terhadap kepuasan pelanggan (Y), maka H_a diterima. Nilai koefisien regresi (B) variabel reputasi dan kredibilitas bernilai positif sebesar 0,268 berarti kenaikan satu-satuan variabel bebas reputasi dan kredibilitas memberikan pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan pelanggan dengan

asumsi variabel lainnya konstan. Hasil analisis juga menjelaskan bahwa koefisien determinasi parsial (r^2) variabel reputasi dan kredibilitas

sebesar 0,041 yang berarti variabel ini memberikan kontribusi perubahan sebesar 4,1% terhadap kepuasan pelanggan.



Gambar 1. Model Hipotesis Teruji

PEMBAHASAN

Berdasarkan analisis statistik deskriptif dengan menggunakan distribusi frekuensi dan nilai rata-rata, maka diperoleh suatu gambaran mengenai variabel kualitas pelayanan yang terdiri profesional dan terampil, sikap dan perilaku, mudah diakses dan fleksibel, kehandalan dan dapat dipercaya, pemulihan pelayanan, reputasi dan kredibilitas, dan juga kepuasan pelanggan berada pada kondisi yang cukup baik terbukti mean dari masing-masing variabel tersebut adalah diatas 3. Namun bila dikaji lebih mendalam terdapat variabel yang dirasakan oleh responden masih kurang kualitas pelaksanaannya yaitu : (1) prosedur pelayanan yang dirasakan responden masih berbelit-belit; (2) petugas masih sering melakukan kesalahan dalam memberikan pelayanan; (3) Petugas kurang memprioritaskan kebutuhan peserta; (4) petugas kurang responsif jika ada masalah dengan pelanggan; (5) petugas kurang bersedia memberikan solusi jika terjadi masalah; (6) petugas tidak bersedia memberikan ganti rugi jika terjadi kesalahan; dan (7) Identitas petugas tidak lengkap dalam memberikan pelayanan.

Hasil perhitungan dengan menggunakan regresi berganda, menunjukkan bahwa variabel kualitas pelayanan yang terdiri dari profesional dan terampil (X1), sikap dan perilaku (X2), mudah diakses dan fleksibel (X3), kehandalan dan dapat dipercaya (X4), pemulihan pelayanan (X5) serta reputasi dan kredibilitas (X6) secara simultan mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap Variabel kepuasan pelanggan (Y) dimana nilai sig F (0,00) lebih kecil dari $\alpha = 0,05$.

Nilai R sebesar 0,861 yang artinya antara kualitas pelayanan dan

kepuasan pelanggan terdapat hubungan yang sangat erat. Nilai *R Square* yaitu 0,741. berarti kontribusi variabel profesional dan terampil, sikap dan perilaku, mudah diakses dan fleksibel, Kehandalan dan dapat dipercaya, pemulihan pelayanan dan reputasi dan Kredibilitas terhadap variabel kepuasan pelanggan adalah sebesar 74,1% dan sisanya 25,9% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

Secara simultan terbukti bahwa kualitas pelayanan yang terdiri dari variabel profesional dan terampil, sikap dan perilaku, mudah diakses dan fleksibel, kehandalan dan dapat dipercaya, pemulihan pelayanan, serta reputasi dan kredibilitas mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Hasil penelitian ini konsisten dengan teori yang dikemukakan oleh Gronroos (1990) dan Yasid (2003) yang menyatakan bahwa kualitas pelayanan mempunyai hubungan dan pengaruh terhadap kepuasan pelanggan. Hasil penelitian ini juga mendukung penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Lee (2000), Pujiastuti (2000), James and Kang (2004), Fajar (2005) yang menemukan bahwa secara simultan variabel kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan.

Variabel profesional dan terampil

Hasil pengujian hipotesis menunjukkan ada pengaruh yang signifikan antara variabel profesional dan terampil terhadap kepuasan pelanggan secara parsial, artinya apabila variabel ini pelaksanaannya ditingkatkan maka akan memberikan dampak yang sangat berarti terhadap kepuasan pelanggan dan sebaliknya.

Hasil penelitian ini mendukung penelitian yang telah dilakukan oleh Pujiastuti (2000), Afandi (2004), James and Kang (2004), Fajar (2005). Oleh karena itu variabel ini harus terus dipertahankan dan ditingkatkan pelaksanaannya dan juga menangani masalah yang timbul dari variabel ini.

Hal yang perlu ditingkatkan menyangkut variabel ini antara lain peningkatan pemahaman prosedur kerja petugas, peningkatan keterampilan petugas dalam menangani masalah, peningkatan kecakapan dalam penyampaian informasi secara benar, peningkatan pengetahuan petugas sehingga mampu menjawab setiap pertanyaan peserta, peningkatan rasa tanggung jawab petugas terhadap pekerjaannya. Peningkatan profesional dan ketrampilan petugas dapat dilakukan dengan melakukan training dan diklat secara terus menerus dan berkesinambungan.

Variabel Sikap dan Perilaku (X2)

Hasil pengujian hipotesis menunjukkan pengaruh yang tidak signifikan antara variabel sikap dan perilaku terhadap kepuasan pelanggan secara parsial, artinya mengoptimalkan variabel ini tidak memberikan pengaruh yang berarti terhadap kepuasan pelanggan dan sebaliknya.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Julianto (2006) dengan variabel yang sama, akan tetapi tidak mendukung penelitian yang dilakukan oleh Afandi (2004). Hal tersebut sangat dimungkinkan karena yang *pertama* obyek penelitian yang berbeda, lokasi yang berbeda, waktu yang berbeda. Yang *kedua* perlu diketahui bahwa PT. Askes merupakan BUMN yang ditunjuk pemerintah untuk mengurus jaminan pemeliharaan

jaminan kesehatan masyarakat sehingga dapat dikategorikan sebagai bentuk monopoli. Akibat dari monopoli tersebut pelanggan tidak punya banyak alternatif pilihan untuk memenuhi kebutuhan khususnya jaminan pemeliharaan kesehatan (asuransi kesehatan).

Variabel Mudah diakses dan Fleksibel (X3)

Hasil pengujian hipotesis menunjukkan pengaruh yang signifikan antara variabel mudah diakses dan fleksibel terhadap kepuasan pelanggan secara parsial, artinya peningkatan variabel ini akan memberikan pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan pelanggan dan sebaliknya. Hasil penelitian ini konsisten dengan penelitian yang telah dilakukan oleh Pujiastuti (2000), Afandi (2004), James and Kang (2004), Fajar (2005), Julianto (2006). Variabel ini harus terus dipertahankan dan ditingkatkan pelaksanaannya agar pelanggan merasa puas atas pelayanan yang diberikan.

Hal yang harus dilakukan oleh PT. Askes Cabang Pontianak untuk meningkatkan kepuasan pelanggan terkait dengan variabel ini adalah pelayanan yang berbelit-belit harus dihindarkan, menyediakan loket pelayanan yang memadai dengan membuka loket pelayanan di Rumah Sakit yang bekerjasama dengan PT. Askes, menjamin petugas yang selalu standby siap melayani peserta sesuai jam kerja, memberikan kemudahan atau fleksibilitas dalam pelayanan dalam kondisi darurat, mempercepat waktu pelayanan sehingga waktu tunggu tidak terlalu lama.

Variabel Kehandalan dan Dapat dipercaya (X4)

Hasil pengujian hipotesis menunjukkan pengaruh yang signifikan

antara variabel kehandalan dan dapat dipercaya terhadap kepuasan pelanggan secara parsial, artinya peningkatan pelaksanaan dari variabel ini akan memberikan pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan pelanggan dan sebaliknya. Hasil penelitian ini mendukung penelitian yang telah dilakukan oleh Pujiastuti (2000), Afandi (2004), James and Kang (2004), Fajar (2005). Oleh karena itu variabel ini harus terus dipertahankan dan ditingkatkan pelaksanaannya agar pelanggan merasa puas atas pelayanan yang diberikan PT. Askes Cabang Pontianak.

Peningkatan kualitas pelayanan perlu terus dilakukan oleh PT. Askes Cabang Pontianak berkaitan dengan kehandalan dan dapat dipercaya adalah kesesuaian antara pelayanan yang dijanjikan dengan pelaksanaannya, keakuratan informasi yang diberikan petugas, tingkat kepercayaan peserta terhadap petugas, selalu memprioritaskan kebutuhan para peserta di atas kepentingan petugas. Sedangkan yang harus dikurangi adalah intensitas tingkat kesalahan petugas dalam memberikan pelayanan kepada pelanggan.

Variabel Pemulihan Pelayanan (X5)

Hasil pengujian hipotesis menunjukkan pengaruh yang signifikan antara variabel pemulihan pelayanan terhadap kepuasan pelanggan secara parsial, artinya peningkatan pelaksanaan dari variabel pemulihan pelayanan akan memberikan dampak pengaruh yang signifikan terhadap peningkatan kepuasan pelanggan dan sebaliknya penurunan kualitas pelayanan dari variabel ini juga akan mengakibatkan penurunan kepuasan pelanggan. Hasil penelitian ini mendukung penelitian yang telah dilakukan oleh Afandi (2004), James and Kang (2004), Fajar (2005).

Peningkatan kualitas pemulihan pelayanan yang harus dilakukan PT. Askes Cabang Pontianak adalah berkaitan dengan kecepatan petugas dalam menangani keluhan/masalah peserta, kesediaan petugas dalam memberikan penjelasan setiap ada masalah, kesediaan petugas dalam mendengarkan keluhan/masalah peserta, kesediaan petugas memberikan solusi setiap ada masalah dengan peserta, kesediaan petugas memberikan ganti rugi atau permintaan akibat kesalahan petugas. Peningkatan kesadaran petugas akan hal-hal tersebut adalah mutlak diperlukan.

Variabel Reputasi dan Kredibilitas (X6)

Hasil pengujian hipotesis menunjukkan pengaruh yang signifikan antara variabel reputasi dan kredibilitas terhadap kepuasan pelanggan secara parsial, artinya peningkatan pelayanan terkait dengan variabel ini akan memberikan pengaruh yang signifikan terhadap peningkatan kepuasan pelanggan dan sebaliknya. Hasil penelitian ini konsisten dengan penelitian yang telah dilakukan oleh Afandi (2004), Julianto (2006).

Peningkatan kualitas pelayanan yang harus dilakukan oleh PT. Askes Cabang Pontianak yang terkait dengan reputasi dan kredibilitas adalah peningkatan kejujuran petugas dalam memberikan pelayanan, peningkatan keadilan yang diberikan petugas dalam pelayanan dengan tidak membedakan suku, ras, agama, dan tingkat sosial ekonomi peserta, peningkatan kelengkapan identitas petugas dalam pelayanan seperti pakaian seragam dan kartu identitas, peningkatan citra perusahaan dengan menunjukkan tanggung jawab sosial perusahaan terhadap masyarakat (*social*

responsibility) dan citra petugas dengan selalu menjaga sikap dan perilaku yang baik. Hal-hal tersebut terus perlu ditingkatkan untuk meningkatkan reputasi dan kredibilitas yang baik di mata pelanggan.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Kondisi kualitas pelayanan yang diberikan PT. Askes Cabang Pontianak kepada pelanggan adalah cukup baik. Kekurangan atas pelayanan yang diberikan PT. Askes Cabang Pontianak meliputi : (1) prosedur pelayanan yang dirasakan responden masih berbelit-belit; (2) petugas masih sering melakukan kesalahan dalam memberikan pelayanan; (3) Petugas kurang memprioritaskan kebutuhan peserta; (4) petugas kurang responsif jika ada masalah dengan pelanggan; (5) petugas kurang bersedia memberikan solusi jika terjadi masalah; (6) petugas tidak bersedia memberikan ganti rugi jika terjadi kesalahan; dan (7) Identitas petugas tidak lengkap dalam memberikan pelayanan. Kepuasan pelanggan merasa cukup puas atas pelayanan yang diberikan PT. Askes Cabang Pontianak. Sehingga masih perlu ditingkatkan lagi pelayanan yang lebih baik dari perusahaan agar pelanggan merasa sangat puas.

Hasil analisis regresi linear berganda menunjukkan : (1) Secara simultan variabel kualitas pelayanan yang meliputi variabel profesional dan terampil, sikap dan perilaku, mudah diakses dan fleksibel, kehandalan dan dapat dipercaya, pemulihan pelayanan serta reputasi dan kredibilitas berpengaruh signifikan terhadap variabel kepuasan pelanggan, artinya apabila PT. Askes Cabang Pontianak meningkatkan pelayanan dari variabel kualitas pelayanan secara bersama-sama akan

memberikan dampak yang signifikan terhadap peningkatan kepuasan pelanggan dan sebaliknya.

Secara parsial dapat disimpulkan bahwa variabel profesional dan terampil, mudah diakses dan fleksibel, kehandalan dan dapat dipercaya, pemulihan pelayanan serta reputasi dan kredibilitas berpengaruh signifikan terhadap variabel kepuasan pelanggan, artinya apabila salah satu variabel tersebut ditingkatkan pelaksanaannya dengan asumsi variabel lainnya tetap akan memberikan dampak yang signifikan terhadap kepuasan pelanggan demikian pula sebaliknya. Namun pada variabel sikap dan perilaku pengaruhnya tidak signifikan artinya apabila variabel ini ditingkatkan atau sebaliknya maka tidak akan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan dengan asumsi variabel lainnya tetap. Hal tersebut dapat dipahami mengingat PT. Askes adalah BUMN yang ditunjuk pemerintah untuk mengurus jaminan pemeliharaan jaminan kesehatan masyarakat sehingga dapat dikategorikan sebagai bentuk monopoli. Akibat dari monopoli tersebut pelanggan tidak punya banyak alternatif pilihan untuk memenuhi kebutuhan khususnya jaminan pemeliharaan kesehatan (asuransi kesehatan) karena mereka sudah terikat perjanjian dengan PT. Askes.

Saran

PT. Askes Cabang Pontianak hendaknya lebih memperhatikan kualitas pelayanan yang diberikan terutama pada variabel yang dinilai oleh pelanggan masih kurang yaitu dengan cara : (1) menyederhanakan prosedur pelayanan yang berbelit-belit; (2) meningkatkan kecermatan dan kedisiplinan petugas agar tingkat kesalahan dalam pelayanan dapat di-minimalisir; (3) selalu memprioritaskan kepentingan peserta di

atas kepentingan pribadi; (4) meningkatkan kesigapan/ responsifitas petugas jika ada masalah; (5) selalu memberikan solusi yang tepat setiap ada masalah; (6) jika terjadi kesalahan yang dilakukan oleh petugas sekiranya petugas mau minta maaf dan menjelaskannya; dan (6) setiap bertugas hendaknya petugas mengenakan pakaian seragam/dinas beserta identitasnya.

PT. Askes Cabang Pontianak seharusnya tetap memberikan pelayanan terbaik kepada pelanggan dengan tetap bersikap dan berperilaku selalu peduli pada pelanggan, sopan, ramah, dan selalu menghargai pelanggan mengingat PT. Askes adalah sebagai lembaga pelayanan publik.

Untuk pengembangan penelitian bidang ini di masa depan perlu menguji kembali dengan mengembangkan metode penelitiannya, pengembangan variabel, dan perluasan sampel penelitian.

Keterbatasan Penelitian :

Beberapa keterbatasan dalam penelitian ini adalah :

1. Ruang lingkup penelitian ini dilakukan pada satu obyek yaitu peserta Askes Komersial di PT. Askes Cabang Pontianak sehingga untuk mendapatkan kesimpulan yang bersifat umum perlu dilakukan penelitian yang lebih luas lagi.
2. Unit analisis dalam penelitian ini pada peserta Askes Komersial dengan sampel 100 orang responden sehingga kesimpulannya sangat terbatas. Penelitian yang akan datang diharapkan dapat mengambil unit analisis peserta Askes yang lebih luas lagi seperti peserta askes sosial dan peserta askes miskin.
3. Jenis penelitian ini adalah penelitian kuantitatif, dengan pendekatan persepsi sehingga tidak menutup

kemungkinan data yang diolah terjadi bias karena persepsi responden dalam menjawab kuesioner cenderung untuk memberikan jawaban yang netral atau nilai tengah.

4. PT. Askes merupakan BUMN yang ditunjuk dan oleh pemerintah untuk mengurus jaminan pemeliharaan kesehatan masyarakat sehingga dapat dikatakan sebagai bentuk suatu monopoli pemerintah, akibatnya pelanggan tidak mempunyai banyak alternatif lain dalam memenuhi kebutuhannya. Untuk penelitian selanjutnya diharapkan dapat melakukan penelitian pada perusahaan bersifat non-monopoli dari pemerintah.

DAFTAR PUSTAKA

- Afandi, Yosi, 2004, *Analisa Pengaruh Kualitas Pelayanan Jasa terhadap Kepuasan Pelanggan*, Tesis Universitas Brawijaya, Malang.
- ASKES PT, 2005, *Pedoman Pelayanan Prima*, Jakarta.
- ASKES, 2004, *Profil Perusahaan*, www.ptaskes.co.id/2004/html
- Gronroos.C. 1988, *Service quality : the six criteria of good perceived service quality*, Review of Business, Vol.9, No.3, p.10-13.
- , 1990, *Service Management: A Management Focus for Service Competition*, Swedish School of Economics and Business Administration, p. 6-14.
- Julianto, Didik E, 2006, *Pengaruh Kualitas Pelayanan (service quality) terhadap Kepuasan Pelanggan (customer satisfaction)*, Tesis Universitas Barwijaya, Malang.

- Fajar, Joni, 2005, *Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan*, Tesis Universitas Brawijaya, Malang.
- Rakhmat, Jalaludin, 2005, *Metode Penelitian Komunikasi*, PT. Remaja Rosdakarya, Bandung.
- Robert F. Hurley and Hooman Estelami, 1998. *Alternative Indexes for Monitoring Customer Perception of Service Quality: A Comparative Evaluation in Retail Context*, Journal of the academy of Marketing Science, Vol 26 No. 3, p. 209-221.
- Santoso, Singgih, 2000. *SPSS: Statistik Parametrik*, Elek Media Komputindo, Jakarta.
- Sugiyono, 1999, *Metode Penelitian Bisnis*, Alfabeta, Bandung.
- Sureshchandar, GS, Rajendran Chandrasekharan and Anantharaman, RN. 2002, *The relationship between service quality and customer satisfaction- a specific approach*, Journal of Service Marketing, Vol.16 No.4, p. 363-379
- Tjiptono, Fandy. 2006. *Manajemen Jasa*, Andi, Yogyakarta.
- , 2004, *Pemasaran Jasa*, Bayu Media, Malang.
- , 2001, *Strategi Pemasaran*, Andi, Yogyakarta.
- Tjiptono, F dan Chandra, Gr. 2005, *Service Quality satisfaction*, Andi, Yogyakarta.
- Tse and Wilson. 1998, *Model of consumer satisfaction formation and extension*, Journal of Marketing Research, Vol.35, p. 204-212.
- Umar, Husein. 2003, *Metode Riset Perilaku Konsumen Jasa*, Ghalia Indonesia, Bogor.
- Yasid. 2005, *Pemasaran Jasa Konsep dan Implementasi*, Ekonsia UII, Yogyakarta.
- Zulian, Yamit. 2002, *Manajemen Kualitas : Produk dan Jasa*, Penerbit Ekonsia UII, Yogyakarta.